

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, F. (2012). Pengaruh Konformitas dan persepsi mengenai pola asuh otoriter orangTua terhadap kenakalan remaja (Juvenile Delinquency). *Jurnal Psikologi Perkembangan dan Pendidikan*, 2(1), 1-8
- Anin, A., Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal psikologi*, 35(2), 181-193.
- Aprilia, E. D. (2018). *Impulse Buying* Pada Mahasiswa Di Banda Aceh. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 2(2), 170-183.
- Azwar, S. (2009). *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Baron, R. A & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Baron, R.A., & Byrne, D. 2004. *Psikologi Sosial Edisi 10*. Jakarta: Erlangga
- Brown, T.A. 2006. *Comfirmatory Factor Analysis fo Applied Research*, New York: The Guildford Publication Inc.
- Chen, M. H. (2001). The determinants and traits of Impulsive buying behaviour, *Journal of Takming University*, 17: 59-74.
- Chen, T., & Lee, M. C. (2015). Personality antecedents of online buying impulsiveness. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(4), 425-429.
- Cinthia, R. R., & Kustanti, E. R. (2017). Hubungan antara Konformitas dengan Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah SI Undip*, 6(2), 31-37.
- Danuza, D. M., & Herieningsih, S. (2018). Hubungan Intensitas Mengakses Online Shop dan Tingkat Kepercayaan Rekomendasi Peer Group dengan Pembelian Impulsif Secara Online. *Interaksi Online*, 21(2), 28-37.
- Dariyo, A. (2004). *Psikologi Remaja*. Bandung : PT Refika Aditama
- Engel J.F, Black R.D & Miniard, P.W. (1994). *Consumer Behavior. Sixth edition*. United states of America: The Dryden press.
- Engel, J.E, Blackwell, R.D & Miniard, P.W. 1995. *Perilaku Konsumen*, Edisi keenam Jilid dua. Alih Bahasa: Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara
- Goldberg, L.T. (1981). Language and indi-vidual differences: The search for universal in personality lexicons. In L. Wheeler (ed.). *Review of Personality and Social Psychology*, 2, 141-165. Beverly hills, CA.: Sage Pub.
- Goldberg, L.R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26-42. doi:10.1037/1040-3590.4.1.26

- Hakim, L. N., & Yusmansyah, Y. (2017). Pengaruh Peer Group Terhadap Konsep Diri Siswa. *ALIBKIN (Jurnal Bimbingan Konseling)*, 5(3).
- Handayani, W., Anshori, M., Usman, I., & Mudjanarko, S. (2018). Why are you happy with impulse buying? Evidence from Indonesia. *Management Science Letters*, 8(5), 283-292.
- Hanifah, L. (2015). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja Putri* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. (2007). *Consumer Behavior: Building impulse formation and enactment, Psychology and Marketing*. 17.(11) 955-982.
- Henrietta, P. (2012). Impulsive buying pada dewasa awal di yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 6.
- Herabadi, A. G. (2003). Perbedaan Individual dalam Kecenderungan Belanja Impulsif: Sarat Emosi dan Pendek Pikir. *Jurnal Psikologi*, 12, 58-70.
- Hidayatullah, R. (2017). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Seksual Pada Pelajar Di Kota Bukittinggi. *Jurnal RAP*, 5(1), 82-91.
- Hoch, S. J. & Loewenstein, G. F. (1991), *Time-inconsistent preferences and consumer self-control*, *Journal of Consumer Research*, 17, 492-507
- Kharis, I. F., & Indriani, F. (2011). *Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online (Studi Kasus di Lingkungan Universitas Diponegoro Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- King, L.A. (2010). *Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Loudon, D.L. & Bitta, A.J. 1993. *Consumer Behavior Concept and Application*. Fourt Edition. Singapore : McGraw- Hill Book co.
- Ma'ruf, B. (2006). *Manajemen ritel*, Yogyakarta : ANDI OFFSET
- Mathai, S. T., & Haridas, R. (2014). Personality-its impact on impulse buying behaviour among the retail customers in Kochin city. *Journal of Business and Management*, 16(4), 48-55.
- Mawardah, M., & Adiyanti, M. G. (2014). Regulasi emosi dan kelompok teman sebaya pelaku cyberbullying. *Jurnal psikologi*, 41(1), 60-73.
- Monks, F.J, Knoers, A,M,P, Haditono, S.R (2001). *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Murugesan, R., & Jayavelu, R. (2017). The influence of big five personality traits and self-efficacy on entrepreneurial intention: the role of gender. *Journal of entrepreneurship and innovation in emerging economies*, 3(1), 41-61.

- Negeri, P. M. P. S. S. (2017). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Perilaku Merokok Pada Siswa Smp Negeri 1 Loa Janan. *Jurnal Psikologi Unmul*
- Nurvitria, A. L. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan Ppb 2013 Fip Uny. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*.
- Octaviana, A. (2017). *Hubungan Antara Kestabilan Emosi Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Oktavia, S., Pitoewas, B., & Rohman, R. (2018). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perkembangan Social Skill Peserta Didik Kelas XI SMA Global Madani. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 5(13), 3-5
- Papalia, D. E., Olds, S. W., Feldman, R. D. 2008. Human Development. Jakarta: Salemba Humanika
- Pervin, L.A & John, O.P. 2001. Personality: Theory and Research, 8 ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Piron, F. (1991). Defining impulse purchasing. *Advances in Consumer Research*, 18, pp. 509– 514 *Psikologi Perkembangan dan Pendidikan*. 2(1),1-8.
- Pradina, M. R. A. (2014). *Hubungan Antara Konformitas dengan Kepercayaan Diri pada Pengguna Telepon Genggam Blackberry* (Doctoral d dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Pradini, A. G. (2017). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Rantau Asal Nusa Tenggara Timur Di Surabaya.
- Putri Aprilawati, A., Dwityanto, A., & Psi, S. (2017). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Online Pada Mahasiswi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rahmat, W. (2014). Pengaruh Tipe Kepribadian dan Kualitas Persahabatan d dengan Kepercayaan pada Remaja Akhir. *E-Journal Psikologi*, 2(2), 206-216.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan budaya dari skala kepribadian big five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189-205.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, 14 (2), 189-199.
- Saefudin, A., & Nurizzati, Y. (2018). Pengaruh Gaya Belajar Siswa Dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Kelas VIII Di SMP Negeri 1 Mundu Kabupaten C Cirebon. *Eduksos: Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 7(1), 2-3

- Sari, A. E. (2014). Analisis faktor yang mempengaruhi pembelian spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 13(1), 55-73.
- Santoso, Agung. (2010). *Statistik untuk Psikologi dari Blog menjadi Buku*. Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma.
- Santrock, J.W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja Edisi Keenam*. Penerjemah: Shinto B. Adler & Sherly Saragih. Jakarta: Erlangga.
- Sihotang, A. (2009). *Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Santrock, John, W. (2008). *Psikologi Pendidikan (edisi kedua)*. Jakarta: Kencana Prenada
- Sears, D.O., Freedman, J.O., Peplau L., A. 1991. *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- Setyningrum, F. Y., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Hedonic Motives terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Konsumen Superindo Supermarket Yang Melakukan Impulse Buying). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 97-104.
- Sholikhah, M., & Dhanial, D. R. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Pembelian Impulsif Universitas Muria Kudus. *Psikovidya*, 21(1), 43-49.
- Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today. *Journal of Marketing*, 26 (04), 59-62.
- Stifany, Ni Wayan. 2017. Hubungan Conscientiousness dan Impulse Buying Pada Wanita. Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Sudarmanto, R.G.,. 2005. *Analisi Regresi Linier Ganda dengan SPSS*, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supratiknya, A. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dalam Psikologi*. Yogyakarta: Sanata Dharma.
- Turkyilmaz, C. A., Erdem, S., & Uslu, A. (2015). The effects of personality traits and website quality on online impulse buying. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 98-105.
- Umayah, Kiftiyatul. 2017. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya dan Konsep Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Verplanken, B. & Herabadi, A. (2001). “ *Individual differences in impulse buying tendency: feeling and thinking*”, *European Journal of Personality*, 15 (1), S71-S83.
- Widawati, L. (2011). Analisis perilaku “*impulse buying*” dan “*locus of control*” pada konsumen di carrefour Bandung. *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 27(2), 125-132.
- Widhiastuti, H. (2014). Big Five Personality sebagai Prediktor Kreativitas dalam Meningkatkan Kinerja Anggota Dewan. *Jurnal Psikologi*, 41(1), 115-133.
- Wolf, Sun. (2008). Peer groups: *expanding our study of small group communication*.
- Youn, S. and Faber, R. J. 2000. Impulse buying: its relation to personality traits and cues, *Advances in Consumer Research*, Vol. 27, pp. 179-185.
- Zou, T. (2016). Online *Impulse buying* Behavior Amongst Undergraduate Students In Tianjin, The People’s Republic Of China. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology An Online International Research Journal*, 2 (2).